आकाशवाणी और दूरदर्शन केन्द्रों की स्थापना

4426. **श्री कनक सिंह मोहनसिंह मंगरोला** : क्या सूचना और प्रसारण मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि :

(क) देश में आकाशवाणी और दूरदर्शन केन्द्रों की स्थापना के लिए अपनाये जा रहे मानदण्डों का ब्यौरा क्या है ?

(ख) क्या यह सच है कि कुछ स्थानों/जिलों में आकाशवाणी और दूरदर्शन केन्द्रों की स्थापना नहीं की गई है जबकि ये स्थान/जिले आवश्यक मानदण्डों को पूरा करते हैं ;

(ग) यदि हां, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है और इसके क्या कारण हैं ; और

(घ) ऐसे स्थानों/जिलों में आकाशवाणी/दूरदर्शन केन्द्रों की स्थापना हेतु क्या कदम उठाये गए हैं। उठाये जाने का विचार है ?

सूचना और प्रसारण मंत्रालय के राज्य मंत्री (श्री के० पी० सिंह देव) : (क) आकाशवाणी और दूरदर्शन केन्द्रों की स्थापना संबंधी मानकों में अन्य बातों के साथ-साथ ट्रांसमीटर प्रणाली तथा तकनीकी उपयुक्तता, ग्रामीण और शहरी जनसंख्या के परिणामी कवरेज की सीमा, पहाड़ी, पिछड़े, जनजातीय दूरस्थ, संवेदनशील तथा सीमावर्ती क्षेत्रों को सेवाएं प्रदान करने का प्रावधान; मूल आधारभूत सुविधाओं की उपलब्धता आदि जैसे पहलू शामिल हैं। ऐतिहासिक तथा सांस्कृतिक महत्व के स्थानों को भी ध्यान में रखा जाता है। विभिन्न स्थानों पर टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण सुविधाओं की स्थापना निम्नलिखित पैरामीटरों द्वारा विनियंत्रित होती है :—

1. प्रत्येक राज्य की राजधानी ।

2. सांस्कृतिक महत्व के चुने हुए स्थान ।

3. स्थानीय आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु चुने हुए जिले केन्द्र ।

(ख) से (घ) आकाशवाणी और दूरदर्शन केंद्र संवेदनों, आधारभूत सविधाओं की उपलब्धता, एवं परस्पर प्राथमिकताओं पर निभर करते हुए नेटवर्क को सुदृढ करने तथा इसका विस्तार करने के उद्देश्य से देश के विभिन्न भागों में उपर्युक्त (क) में उल्लिखित मानकों के अनुसार चरणबद्ध रूप से स्थापित किए जा रहे हैं। वर्तमान में, आकाशवाणी देश की 97.1% जनसंख्या और 89.7% क्षेत्र को कवर करता है जबकि दूरदर्शन 85.3% जनसंख्या और 68.1% क्षेत्र को कवर करता है । 8 वीं योजना के दौरान निर्माणाधीन स्कीमों के पूरा होने पर आकाशवाणी द्वारा देश की कवरेज जनसंख्यावार 97.5% एवं क्षेत्रवार 91% तक हो जाने की आशा है । इसी अवधि में दूरदर्शन द्वारा कवरेज बढकर जनसंख्यावार 92.8% एवं क्षेत्रवार 83.2% हो जाने की आशा है ।

Deceptive advertisement on Doordarshan

4427. SHRI SURESH PACHOURI: Will the Minister of INFORMATION AND BROADCASTING be pleased to state:

(a) whether it is a fact that leading wine and liquor companies are inserting their deceptive advertisements in Doordarshan in the garb of Soda, Mineral Water etc. whereas they actually advertise their liquor products through these advertisements which violates Article 47 of the Constitution;

(b) if so, what are the details of liquor companies whose advertisements are being telecast by Doordarshan;

(c) what are the measures against accepting such deceptive advertisements by Doordarshan;

(d) whether Government propose to impose a ban on such deceptive advertisements; and

(e) if not, the reasons therefor?

THE MINISTER OF STATE OF THE MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING (SHRI K. P. SINGH DEO): (a) Doordarshan does not allow the advertisement of liquor products.

(b) to (d) Do not arise.

(e) Corporate advertising using the generic name of the company concerned does not violate the provisions of Code for Commercial Advertisement on Doordarshan.

Regulation of Power Supply to State Registrar of Newspapers

4428. SHRI IQBAL SINGH: Will the Minister of INFORMATION AND BROADCASTING be pleased to state:

(a) the total number of newspapers under various categories registered with the Registrar of Newspapers for India in the country, particularly in the state of Punjab during the last three years; state-wise;

(b) whether it is a fact that the Registered newspapers of the Punjab State have not been receiving sufficient Government advertisements during the last three years;

(c) if so, the reasons therefor; and

(d) the steps taken by Government in this regard?

THE MINISTER OF STATE OF THE MINISTRY OF INFORMATION AND BROADCASTING (SHRI K. P. SINGH DEO): (a) The information is given in the enclosed statement. (See below)

(b) No, Sir. All newspapers/periodicals from Punjab, empanelled with DAVP, were suitably used for issue of Government advertisements subject to the publicity requirements and budgetary provisions. The quantity and amount of advertisements issued to publications from Punjab during the last three years are given below:

Sl. No.	Year	Space	Amount
		(Col. cms.)	(Rs.)
1	1992-93	3,64,623	1,55,65,909.6
2	1993-94	3,82,625	1,35,77,775
3	1994-95 (1-4-94 to 28-2-95)	2,42,941	1,03,41,807

Advertisement issued to the publications from the U.T. of Chandigarh are not included in the above figures.

(c) and (d) Do not arise.